

I media internazionali raccontano l'industria italiana Rassegna stampa di novembre 2019

Lusso e sostenibilità sono i temi che a novembre hanno focalizzato l'attenzione dei media internazionali. Gli articoli dedicati alle aziende italiane, oltre che sulle storie imprenditoriali e sui piani di sviluppo del made in Italy, si sono concentrati infatti sulle strategie di crescita "verde" di diversi gruppi.

Moda e design - Per i marchi del lusso, *Reuters* racconta il piano di **Missoni** che punta a sbarcare in Borsa nei prossimi tre anni (15 novembre - [Italy's Missoni plans to list on bourse in next three years: paper](#)), mentre *Handelsblatt* intervista **Marco Baglione**, creatore di **Basicnet**, azienda internet nel settore della moda (21 novembre - [Marco Boglione: Italiens erfolgreicher Nerd](#)).

Attenzione, invece, sui quotidiani tedeschi per l'abbigliamento sportivo: la *Frankfurter Allgemeine Zeitung* pubblica un ritratto di un'azienda "cool" come **Stone Island** e del suo capo **Carlo Rivetti** (26 novembre - [Io sono Carlo](#)), mentre *Börsen Zeitung* intervista **Sandro Parisotto**, amministratore delegato del gruppo **Scarpa**, "leader nel settore del calzaturificio di qualità da montagna" (28 novembre - [Durch Übernahme Palette erweitern*](#)).

E se *WSJ Magazine* si occupa di moda con la nuova sfida del "designer senza paura" **Riccardo Tisci** per il rilancio di Burberry (4 novembre - [Can Riccardo Tisci Propel Burberry Beyond Gabardine?*](#)), *Financial Times* dà spazio all'arredamento con un articolo dedicato al marchio comasco **Porada**, "impegnato a preparare il Salone del Mobile 2020 dove esporrà per il 46esimo anno consecutivo" (1 novembre - [Behind the scenes at Porada: Italy's radical furniture maker*](#)).

L'automotive - Per l'automotive *Bloomberg* e *New York Times* spiegano come **Ferrari** punti a conquistare nuovi clienti con il modello Roma, ispirato alla Dolce Vita degli anni Sessanta (13 novembre - [Ferrari Says New Coupe Is Inspired by Iconic Postwar Rome*](#); 14 novembre - [Ferrari Aims to Entice New Clients With Roma Coupe*](#)). Su *El Mundo*, invece, spazio per il restyling di Stelvio e Giulia, "modelli simbolo" di **Alfa Romeo** (19 novembre - [Los Giulia y Stelvio 2020 añaden tecnología a sus prestaciones y su carácter deportivo](#)). Un altro quotidiano spagnolo, l'economico *Expansion*, si occupa di tecnologia raccontando come i Big Data servano a **Ducati** per migliorare le prestazioni delle proprie moto (16 novembre - [El entorno 'cloud' impulsa las prestaciones de Ducati](#)).

Sempre *Expansion* racconta di come **Lamborghini** abbia realizzato "il SUV più potente e veloce del mercato": Urus, "uno dei modelli più mitici e desiderati" (5 novembre - [Lamborghini Urus, el SUV más potente y rápido del mercado](#)).

I riflettori si accendono anche sull'accordo fra **Ferrari** e **Armani** per "sostenere la crescita del brand di lusso" del Cavallino anche attraverso la vendita di accessori (il 4 novembre su *New York Times*, 4 novembre - [Ferrari to Launch Fashion Collaboration With Armani*](#); *Bloomberg* - [Ferrari Brings in Armani for Italian Boost to Its Luxury Brand](#); *Reuters*, 4 novembre - [Ferrari looks to capitalize on brand name as it promises faster growth](#)).

Reuters, infine, segnala che **Sanlorenzo**, gruppo degli yacht di lusso, punta a una valutazione di oltre 600 milioni per la quotazione in Borsa (26 novembre - [Sanlorenzo eyes valuation of up to 656 million euros in IPO](#)).

La sostenibilità - I media stranieri raccontano, poi, come il lusso italiano abbia colto la sfida della sostenibilità: *New York Times* segnala il nuovo prestito, lanciato da **Prada**, che collega il tasso di interesse a buone pratiche ambientali (5 novembre - [Prada Signs Loan With Rates Linked to Sustainability*](#)), mentre il magazine del *Wall Street Journal* dedica spazio al piumino di **Herno** realizzato con materiali riciclati: “il nuovo eco-status symbol dell’inverno” (5 novembre - [Winter’s New Eco-Status Symbol: A Recycled Coat*](#)).

Reuters parla del crescente investimento in sostenibilità dei grandi gruppi come **Snam** (21 novembre - [Italy's Snam pledges to spend more money on green business](#)) ed **Enel** che punta a crescere ulteriormente nelle rinnovabili (26 novembre - [Enel to spend more on clean energy as it steps up climate goals](#)). *El Mundo*, infine, parla della “scommessa” di Fiat Professional per i veicoli commerciali alimentati a metano, segmento in cui il gruppo italiano è “leader di mercato” (28 novembre - [Fiat Professional apuesta por la gasificación](#)).